

地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の活用方針（論点メモ）

「ニセコ町自治創生総合戦略」に位置づけた事業の資金確保の新たな選択肢として、平成28年4月より、地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）が制度化された。

地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）は、個人版ふるさと納税のような豪華返礼品合戦が生じない等の制度運用が見込まれることから、ニセコのブランド力を生かしたニセコ町らしい活用方針（ニセコ町のまちづくりへの共感やふるさとへの想いに対応した活用方法等）を検討する。

<特に議論いただきたい点>

1. 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）は、税や寄付に対するニセコ町の考え方に適合しているか
2. 「ニセコ町自治創生総合戦略」に位置づけた事業のうち特にどれが、寄付の活用方法としてニセコ町らしく、民間企業にとっても寄付対象として魅力的か
3. ニセコ町への寄付に興味を持っている民間企業を、どのように効果的に掘り起こし、働きかけるか
4. ニセコ町ふるさとづくり寄付も見直す場合、どのような方針で検討すべきか

1. 個人版ふるさと納税の意義

※ふるさと納税ポータルサイト（総務省）を参考にニセコ町編集

※詳細は、ふるさと納税研究会報告書（平成19年10月）参照

（1）納税者の選択

納税者が寄付先を選択する制度であり、選択するからこそ、その使われ方を考えるきっかけとなる制度であること。それは、税に対する意識が高まり、納税の大切さを自分ごととしてとらえる貴重な機会になります。

（2）「ふるさと」の大切さ

生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域に、これから応援したい地域へも力になれる制度であること。それは、人を育て、自然を守る、地方の環境を育む支援になります。

（3）自治意識の進化

自治体が国民に取組をアピールすることでふるさと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと。それは、選んでもらうに相応しい、地域のあり方をあらためて考えるきっかけへとつながります。

2. 個人の寄付に対する二セコ町の考え方

(1) 個人版ふるさと納税に対する考え方

① 神聖な税制度の信頼を揺るがしかねない

- 寄付者が自身の住所地に本来払うべき税金が減税されながら、住所地の自治体から税金による公共サービスを受けている。
- 近年、どこの自治体がいくら集めたのか、どこの自治体の返礼品がお得なのかという豪華返礼品合戦の様相を呈しているが、寄付の仕方によっては、実質的な寄付金額以上の見返りがある場合もあり、本来の税のあり方から逸脱している。
- そもそも、寄付は、見返りを求めて行う性格の行為ではない。

② 寄付者自身の負担が軽減されている

- 個人版ふるさと納税による寄付のスキームは、特典によって寄付を増やす自治体が発生すると同時に、その寄付金額の大部分は、寄付者自身ではなく、寄付者の住所地の自治体と国が負担している。
- 富裕層等の方が、節税対策としての効果が高くなる。

③ NPO や福祉団体等への寄付意欲を低下させるおそれがある

- 住民税等の見直しにより資金を確保する方法も持っている自治体が寄付を積極的に進めてしまうことが、課税権がなく、自前の資金調達が困難な組織（NPO や福祉団体等）に対する寄付意欲を相対的に低下させるおそれもある。

④ 資金を確保する機会を逸している

- 小規模自治体である二セコ町の財政状況において、個人版ふるさと納税を活用して多額な寄付を集めないことは、住民福祉の資金を得る機会を逸しているという側面もある。
- いわゆる返礼品合戦ではなく、個人版ふるさと納税の本来の意義に立ち戻りながら、将来の町の発展に寄与する二セコ町らしい方法を考えていきたい。

(2) ニセコ町のふるさとづくり寄付

① 制度の趣旨（ニセコ町ふるさとづくり寄付条例（平成 16 年条例第 22 号）より）

- ニセコ町は、これまで多くの人びとに支えられ、100 年を越える歩みを刻んできた。大正 11 年に自らの農地を無償解放した文豪有島武郎の遺訓「相互扶助」の精神は、人を思いやり、助け合う優しい心を育んできたわたしたちの社会に今も息づいている。
- 次世代にこの相互扶助の精神を引き継ぐとともに、ニセコのまちづくりへの共感やふるさとへ想いを持つ人びとの地域づくりへの参加手法として寄付金による基金を設置し、新たな住民参加型の自治を進める。
- 寄付金を財源として、寄付者の社会的投資を具体化することにより、多様な人びとの参加による個性あるふるさとづくりに資する。

② 事業の区分

町を応援くださる寄付者の共感が得られ、かつ本町においても重要な仕事として取り組むものに充てられるよう、5つの事業の区分を設定し、「ニセコ町ふるさとづくり基金」として活用している。

- | |
|-----------------------------------|
| (1) 森林資源の維持、保全及び整備に関する事業 |
| (2) 環境の保全及び景観の維持、再生に関する事業 |
| (3) 自然エネルギー及び省エネルギー設備の整備に関する事業 |
| (4) 有島武郎に関する資料の収集及び有島記念館特別展に関する事業 |
| (5) 住民自治の醸成及びコミュニティの推進に関する事業 |
- ※事業の区分を指定せずに寄付することもできる。

③ 大口寄付者に対する特産品等の送付

15 万円以上の大口寄付者に限って特産品等を送付しており、実質、返礼品目的の寄付に対して特産品等を送付していない。返礼品を充実させた自治体とは考え方が根本的に異なる。

寄付金	特産品等の価格の基準
15 万円（30 口）以上	5,000 円以内
30 万円（60 口）以上	7,500 円以内
50 万円（100 口）以上	10,000 円以内
100 万円（200 口）以上	15,000 円以内

※ニセコ町ふるさとづくり寄付条例に基づく大口寄付者に対する特産品等送付事務取扱要綱（平成 23 年 7 月 11 日訓令第 38 号）より

④ 制度運用の課題

ア) 寄付者とのつながりが希薄である

- 現在は、基金活用報告レターを年 1 回、寄付者に送付するのみ。

→寄付者は潜在的にニセコ町に関心や愛着を持っていることから、寄付者とのつながりを積極的に強化すれば、U I J ターンや観光客の誘致等による活性化を図れるのではないか？

イ) 寄付者の分析ができていない

- 現在、寄付者について収集・整理できている情報は、①地域、②事業の区分指定のみ。

→年齢層、性別、寄付の動機等も収集・整理すれば、より寄付制度の充実を図る上での分析にも活用できるのではないか？

ウ) 基金の活用が進んでいない

- これまでに実際に基金を活用したのは、事業の区分のうち、主に「（４）有島武郎に関する資料の収集及び有島記念館特別展に関する事業」。
- それ以外は、事業の区分が広く、寄付金の活用に相応しい事業かどうか（ただの町予算の補填ではなく、例えば、形に残る使い方であるか等）を判断しにくいため、基金の活用が進んでいない。

→より具体的に事業を定めることで、実際に基金の活用が進み、より寄付者の想いに応えられるのではないか？

2. 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）

（1）制度のポイント

① 制度の重要性

- 政府の財政力（地方交付税、交付金・補助金等）に頼るだけでは地方財政は限界を迎えつつある中、豊富な民間資金を地方財政に直接取り入れることができる。
- 一般的には、個人よりも企業の方が、寄付額が大きくなる可能性がある。
- 寄付の代償として経済的な利益を受け取ることは禁止されている。（個人版ふるさと納税のような返礼品は認められていない。）
- 自治体間で政策面のアイデアを競い合いながら、民間企業にとって寄付対象として魅力的な事業に深化させることが重要。

② 制度の運用

- 「ニセコ町自治創生総合戦略」に位置づけた事業のうち、地域再生計画を策定して国に認められたものが、寄付の対象となる。地域再生計画の申請時点において1社以上の寄付を行う法人の見込みが立っている必要がある。（=寄付が得られる見込みのある事業を、あらかじめ見極めなければならない。）
- 地方創生推進交付金（新型交付金）の活用な困難な、ハード事業（施設整備等）も対象となる。
- 地方公共団体が行う基金への積立ては、原則として対象外。（地域再生計画認定申請マニュアル（各論）に示す要件・運用管理を備える基金への積立てに充てる寄付として、対象となる場合もある。）
- 寄付を行った企業の名前や寄付額は、寄付について公表を希望しない企業を除き、公表する必要がある。
- 適用期限：平成31年度まで

③ 制度の意義（メリット）

ニセコ町：寄付を受ける意義（メリット）

1. ニセコのまちづくりへの共感やふるさとへ想いを持つ人びとに、実際に地域づくりに参加してもらうことができる
2. 国や自治体の財政措置以外の、豊富な民間資金を生かしながら、「ニセコ町自治創生総合戦略」に位置づけた事業の資金を確保できる（個人版ふるさと納税よりも多くの資金が得られることも見込まれる。）
3. 民間企業から寄付を受けた事実が拡散されることが、ニセコ町のブランド力を強化する
4. 寄付をした民間企業とのさらなる官民協働のきっかけになる（ただし、寄付の代償として経済的な利益を受け取ることは禁止されている点への配慮が必要）

民間企業：寄付をする意義（メリット）

1. CSR（Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任）（民間企業のイメージアップ等）
2. 民間企業にとってビジネスになじみにくい事業を、ニセコ町が代わりに実施してくれる

ニセコ町・民間企業（共通）：寄付をする意義（メリット）

1. CSV（Creating Shared Value：共通（共有）価値の創造）（官民協働による地域づくり）

3. ニセコ町の考え方（案）

ふるさと納税（主に企業版ふるさと納税）の活用方針について、以下に示す。

なお、企業版ふるさと納税は、趣旨・運用の面から、個人版ふるさと納税とは別制度であり、両制度を比較しながら検討することは必ずしも適切ではないが、本資料には、企業版ふるさと納税に対する考え方だけでなく、個人版ふるさと納税にも反映できる考え方も併せて示している。

（１）税や寄付に対するニセコ町の考え方との整合

寄付の代償として経済的な利益を受け取ることが禁止されている点から、個人版ふるさと納税よりも、ニセコ町のまちづくりへの共感やふるさとへの想いを持った寄付者が集まる制度として運用されうることから、ニセコ町らしい活用の余地がある。

なお、企業版ふるさと納税においても寄付者自身の負担が軽減されている点に留意しつつ、豊富な民間資金を地方財政に直接取り入れることができることの重要性や、企業版ふるさと納税の制度運用の改善提案について、市町村の立場から積極的に声を上げていくことも重要である。

（２）特に寄付の趣旨に沿うと考えられる事業

企業版ふるさと納税の場合、寄付が得られる見込みのある事業を、あらかじめ見極めなければならない。「ニセコ町自治創生総合戦略」の目指すべき町の姿が「町民が環境を生かすまち」であることも踏まえつつ、例えば、以下の事業が、寄付の趣旨に沿うと考えられるのではないか。

ア) ニセコ町と心でつながる

- 「ふるさと住民票」（ニセコ町長も共同呼びかけ人の一人となって一般社団法人構想日本が提唱）の導入等によって、ニセコ町に対して愛着やふるさとへの想いを持った方（ニセコファン）がニセコ町と心でつながるための、柔軟性のある具体的な仕組みを導入する。
- ニセコ町でのインターンの支援（規模や時期の拡充等）に活用して、町外との交流を進める。

イ) 子育て環境

- ニセコ町の出生数は、概して増加傾向を示しており、平成 27 年は、12 年ぶりに出生数が死亡数を上回った。子育て環境のさらなる充実に活用する。
- スポーツ教育やその担い手（スポーツを教える側）の確保・育成にも活用する。
- インターナショナルスクールの支援

ウ) 環境モデル都市

- ふるさと納税を活用して環境モデル都市の PR にもつなげる。

エ) 国際観光リゾート

- 寄付者に実際にニセコ町を訪れてもらうための仕組み（招待券等）と連動させる。

オ) その他

- 寄付金は、安定的な財源ではないため、地方創生のスキルやノウハウを地域に残す事業や、寄付金がなくても将来は自立するための事業に充てる。
- 民間企業にとってビジネスになじみにくい事業（自然保護、地域の人材育成、文化振興等）は、特に寄付の性格に沿ったものと考えられる。
- ニセコ町議会では、JR 在来線の維持のために活用できないか、という議論もあった。

(3) 民間企業の掘り起こし・働きかけ

- （行政任せ・町長任せにしないで）あらゆるニセコ町関係者が、経済界との接点を増やしなから、ニセコ町への想いを持った民間企業を掘り起こす、という主体的な意識を持つ。
- 民間企業が本協議会資料を目にして、ニセコ町に対する企業版ふるさと納税について、ニセコ町関係者に接触を図ることにも期待している。